ベルマーク活用 わが社は 協賛会社に聞く

あいおいニッセイ同和損害保険

ベルマーク運動協賛会社へのインタビューシリーズ「私の会社とベルマーク」。9回目は、あいおいニッセイ同和損害保険株式会社です。2000年から協賛されています。ベルマークを通じた社会貢献活動や、保険商品の差別化などについて、商品企画部企画グループ担当課長・澤田剛さん、経営企画部広報室担当課長・野尻智津香さん、営業企画部市場開発室・西岡邦子さんのお三方にお話を伺いました。

（聞き手・海野哲生、写真・朝日教之）

左から野尻さん、澤田さん、西岡さん

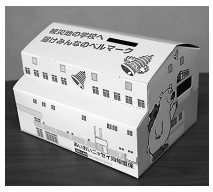
被災校に3年で743万点

――御社にインタビューを今回お願いした理由のひとつは、2011年から取り組んでいらっしゃいます、東日本大震災の被災校にベルマークを贈る大規模な活動です。どういうきっかけだったのでしょうか。

2000年から自社の保険商品にベルマークをつける協賛会社としてベルマーク運動に参加しています。2011年1月には、全社でマークを収集する活動も始めました。東日本大震災後は、被災地域の学校にマークを寄贈して、復興支援に取り組んでいます。

――2011年から3年間で、被災73校に、なんと743万点ものベルマークを寄贈していただきました。どのように集められているのですか。

東京の本社はもちろん、日本全国の支社や代理店に、オリジナルのベルマーク収集BOXを置き、家庭からマークを持ち寄るなどして集めています。また、社内だけでなく、お客さまや地域の皆さまにも声をかけ、当社の活動に賛同してくださる多くの方々にご協力いただいているほか、「地域AD倶楽部」の会員企業にも、「ベルマークサポーター」となって、収集にご協力いただいています。社内外で当社の収集BOXを置いていただいていますので、合計すると相当な数になると思います。



――地域AD倶楽部とは、どういうものですか。

当社は創業以来、行動指針の一つに「地域密着」を掲げており、これを具体化するために作った仕組みが、「地域AD倶楽部」です。地域AD倶楽部では「情報提供」「企業交流」「地域貢献」の三つを柱として、地域の皆様のお役に立つ活動を行っています。ADは、あいおいニッセイ同和損害保険の意味です。北海道AD倶楽部から九州AD倶楽部まで、全国に15ある地域AD倶楽部が、各地域でセミナーや異業種交流会、防災防犯・環境保全、各種チャリティーを企画開催したり、サイトやメールニュースにより、地域に密着した情報やビジネス情報を提供したりしています。2014年度は新たに4,000社を超える皆様に地域AD倶楽部に参画いただき、総会員数も24,000社を突破しました。

この地域AD倶楽部で、会員の皆様にベルマーク収集の協力を呼びかけ、賛同いただいた企業に、「ベルマークサポーター」になっていただいています。サポーター企業には、当社オリジナルのベルマーク収集BOXを提供し、集めていただいたベルマークを当社の営業社員が回収し、社内で仕分けをしています。

――なるほど。そのように大規模な取り組みになると、点数の取りまとめに苦労されることも多いのではないでしょうか。

はい。現在は年5回の締め切りを決めて、本社広報室で取りまとめています。それぞれの職場で、まず、集めたマークを協賛会社ごとに仕分けてから広報に送ってもらっています。

社員ぐるみ楽しく集計

――あらかじめ会社ごとに仕分けしてから本社に送るとはいえ、その後の点数集計は非常に大変な作業です。それも、3年間で743万点。具体的にどのように集計されているのですか。

以前は、年に数回、本社などで仕分け会を開催し、大勢の社員が同じ時間、同じ場所に集まって集計作業をしていました。広い会場を確保しなければならず、また、時間と場所が決まっているため都合が合わないという声や、遠方からの参加は難しいという問題がありました。そこで、作業をしてくれる社員の都合に合わせて、自由に参加できる良い方法はないか、もっと参加しやすい社会貢献活動の場を提供できないかと考え、昨年4月から、「自宅で家族でベルマーク仕分けプロジェクト」と銘打つ企画を立ち上げました。

このプロジェクトに「参加したい」と手を挙げてくれた社員にベルマークを預け、自宅に持ち帰って集計をしてもらうというものです。協力してくれる社員には、「仕分けキット」を送ります。数時間で集計できる程度のベルマークと、作業方法をイラストで説明したパンフレットのほか、集計袋や小さなベルマークを識別するためのルーペなどが入っています。自宅で、好きな時間に仕分け作業ができるので、家族みんなで集計している人も多いようです。

――協力してくださる社員の方は、どのくらいいらっしゃるのですか。

昨年4月を初回に、これまで4回募集しました。毎回、抽選になるほどの応募があります。子どもの夏休みの自由研究にしたいという声もあり、なかにはリピーターになって毎回応募してくれる社員もいます。このプロジェクトを企画したときは、募集しても手が挙がるのかと心配でしたが、とても好評で、アンケートを取ると、「良い経験ができた」「楽しかった。またぜひやりたい」「ベルマークの仕組みがよく分かった」という感想が多く寄せられます。仕分けはもちろんですが、ベルマークの意義や被災地支援について、改めて考えてもらう機会にもなっていることを、嬉しく思います。

――このような見た目に楽しい仕分けキットが手元に届くと、作業もはかどりそうですね。たくさんの方々の手によって収集・集計されたマークを被災校に寄贈されているのですね。

被災校に現地の社員が直接伺って、寄贈式をやらせていただくこともあります。また、寄贈した学校のお子さんからお礼のお手紙をいただくこともあり、励みになります。ベルマークの集計結果や寄贈については、社内イントラや広報室発行の社内報などで社員に知らせています。

商品力を高め差別化も

――ベルマークがついている御社の保険商品についてもお聞かせください。

これまでは、主に個人のお客様向けの保険、たとえば個人がお持ちのお車やお宅など向けの保険にベルマークをつけてきました。そして数年前からは、10台以上のお車をお持ちの法人向け自動車保険にも付帯しています。法人向けの自動車保険にマークをつけてから、「ベルマークをきっかけに契約をいただくことができた」という報告が上がってくるようになりました。

当初、そのような報告があっても、半信半疑でした。一つのケースを見ますと……もともとベルマークを集めていたお客様である企業に保険商品を提案した折、活用していただきたいと当社の収集BOXを差し上げ、保険にもマークがついていることを紹介したところ、最終的に契約に至ったという例がありました。保険商品を提案する際に、価格や補償内容をお伝えするのは当然ですが、プラスアルファで、ベルマークがついていること、ベルマーク収集を行っていることを知っていただき、差別化につながったようです。商品力を高めること、他社との差別化をはかることにベルマークが役に立つと、お客様から気づかせていただいたわけです。今では、ベルマークをきっかけにして契約に至った例などの情報を社内で共有しています。

現在は、タフシリーズという個人向けの保険を中心にベルマークがついていますが、今後はマーク対象商品の範囲をさらに広げ、タフビズシリーズという法人向けの保険や、従業員の方のケガなどを補償する業務災害補償保険にもつけていく予定です。

キユーピー

ベルマーク運動協賛会社へのインタビューシリーズ「私の会社とベルマーク」。10回目は、キユーピー株式会社です。ベルマーク運動には1960年から協賛され、2011年からは、東日本大震災被災地の学校や子どもへの大規模な支援をされています。今回は、社会・環境推進部の菅野勝美さん＝写真＝、谷田貝修さん両課長にお話を伺いました。

（聞き手・海野哲生、写真・朝日教之）

「食の楽しさ」伝えたい

――1925年に発売開始されたキユーピーマヨネーズが、今年2015年に90周年を迎え、CMやキャンペーンなどを展開されています。CMの「いつも新しくいつもスタンダード」というフレーズは、キユーピーマヨネーズを表す言葉にぴったりで、とても印象的です。このCMやキャンペーンを通じて、あらためてお客様に伝えたいことはおありですか。

90年の間、絶えず改良を続けて、いつの時代にも、お客様に喜んでいただきたい。そんなキユーピーマヨネーズであり続けたいと思っています。また、野菜をもっと楽しく、もっとたくさん食べていただきたい。そして食べることの大切さをこれからもお伝えしたいと考えています。健康な体作りには、野菜も含め好き嫌いなくバランスよく食べることが必要だよと伝えたいです。そして、すべての子どもに“野菜をもっとおいしく食べてほしい”“野菜をもっと好きになってほしい”と願っています。

――食の楽しさや大切さを伝えるため、長年にわたりマヨネーズ教室や、工場見学など、様々な活動をされています。

マヨネーズ教室では、私たち従業員が先生役になり、まずは、講義とDVDで野菜やマヨネーズについて勉強します。それから、自分たちでマヨネーズを作り、最後に作ったマヨネーズを野菜で試食します。身近で食べなれたマヨネーズを自分で作り、そのマヨネーズで野菜を食べてみると、野菜の美味しさに気付いたり、食べ物への興味のスイッチが入ったりします。

こんなことから、食の楽しさ、大切さを知ってもらおうと考えています。

――楽しくにぎやかな光景が目に浮かびますね。

はい。マヨネーズ教室では、3人のグループで、マヨネーズを手作りします。マヨネーズは不思議なもので。混ざらないはずの原料の油と酢が、卵黄を加えると、混ざり合います。乳化といいますが、そのようなマヨネーズの不思議やヒミツを体験しながら、学んでいくというのも、楽しさの一つです。いくつかのグループに分かれて、それぞれマヨネーズを作りますが、用意した油・酢・卵黄はそれぞれ同量でも、材料の混ぜ合わせ方によって、グループごとにいろいろなマヨネーズが仕上がるのも面白く、盛り上がります。

自分で作ったマヨネーズですから、愛着が生まれますが、子どもたちの中には、野菜嫌いな子がいます。キュウリなどの野菜を食べるのをためらっていると、周りの友だちの「美味し～い！」や「頑張って食べてみなよ」の声が聞こえてきます。その声に励まされて、目をつぶってガブっと嫌いな野菜をほおばってみると、意外と食べられる。「なんだ、キュウリっておいしいじゃん」と笑顔で食べ終わる。

みんなとわいわいやって、半泣きになってもいつの間にか笑顔で楽しく食べられる。「食べることって、楽しい。嫌いな野菜も食べられた」という体験や自信を通して、多くの子どもに食べることの楽しさや大切さを知って欲しいと思っています。

――マヨネーズ教室は、被災地の学校でも開催されたそうですね。

はい。今年は1～2月に宮城県内の6校で開催しました。あらためて、食べることの楽しさをお伝えし、またマヨネーズなど食べものの素敵な魅力をお伝えしたくて開催しました。マヨネーズ教室で講師をつとめるのは、社内認定制度「マヨスター」に認定された従業員です。他の地域で開催するマヨネーズ教室とかわらず、子どもたちが、とても生き生きとした表情で、楽しく学んでもらえたという話を聞いています。

――50年以上続けている工場見学についても伺います。ここまで力を入れるのはなぜですか。

私たちは、「オープンキッチン」と呼んでいます。これは、工場は家庭の台所の延長と考えているからです。お客様に安全で安心な商品をお届けできるように、お母様と同じ気持ちで商品を作っている姿をご覧いただいて、キユーピーの考え方やものづくりへの想いを知っていただくきっかけになれば、と思っています。

そのような想いから、オープンキッチンを大切にして、1961年から50年以上、お客様にご見学いただいてきました。その想いは、これからも変わることはありません。

子どもは「未来の希望」

――さきほど、被災地でのマヨネーズ教室のお話を伺いましたが、東日本大震災から約半年後の2011年8月、過去に例を見ない大規模な支援を発表されました。2011年9月からの3年間で、全国の学校が集めたキユーピーのベルマーク点数（1点＝1円）の3割にあたる金額を、被災地の学校、こどもへの支援として寄付するというものです。

震災直後、復興にむけ1億円の義援金や、おかゆ24,000食、介護食6,000食、ベビーフード7,000食を緊急支援物資として届けられました。そのうえで、さらにベルマークを通じた支援をするということに、御社の震災復興に対する強い思いや願いがあらわれています。

私たちのグループは、東北に生産拠点があり、営業拠点もあります。グループとして大変お世話になっています。また、東北出身の従業員、東北で仕事をしてお世話になった従業員もたくさんいます。お世話になっている東北への恩返し、私たちのグループができることについて考えました。

復興には長い時間がかかります。継続的にできることが大切だと考えました。そして、多くの方に公平にできることは何か。「長い時間がかかる」ということは、「これからの日本を、被災地の復興を担っていくのは子どもたち」ということを意味するとも考えました。

子どもたちは、「未来の希望」です。その子どもたちの「教育に関わる」ことでお手伝いができないか、そのような議論の結果、教育支援に実績があり、1960年以来お付き合いさせていただいているベルマーク財団さんを通じて支援することはできないかと相談し、ご快諾をいただいて支援がはじまりました。

――その支援ですが、2014年8月までの3年間で9,798万円にものぼりました。財団は、4年間で1,188校に3億7,240万円相当の支援をしましたが、約3割が御社からの寄付です。学校の設備品だけでなく、部活動で遠征する際のバス費用などの支援をし、被災校からたくさんの感謝やお礼の声が届けられました。

お役に立てたということが何よりうれしいです。被災地では、物資が足りないから何かを贈ろうと考えるのは自然なことで、被災直後はそれが必要です。

しかし、復興が進むにつれ、自分の学校のグラウンドや体育館が使えないので、隣町のグラウンドなどで課外活動をする移動費用に困っているということを知りました。その支援ができ、お役に立てたことが良かったと思うのです。

被災地に出向き活動も

――当初の予定通り、御社の支援は2014年8月をもって一つの区切りとしたものの、2014年9月から2年間、引き続き支援を続けてくださることになりました。すでに3年間で、1億円近い援助を達成したにもかかわらず、さらに被災地支援を続けてくださることになったのはなぜでしょうか。

昨年、私たちキユーピーの社員が、ベルマーク財団さんが行っている被災地での支援活動のご説明を聞かせていただきました。先ほども話しましたが、備品はだいぶ揃いつつあり、最近では、課外活動のために利用する交通費の支援などに、私どもの寄付をお役立てていただいているというお話に、被災地の現実を見た思いがしました。

そこで改めて、震災の復興には、時間がかかるということ、教育の現場には支援活動がさらに必要だと考え、引き続き支援をさせていただくことにいたしました。

寄付もさることながら、自分たちも被災地に入って活動しようと考えています。

たとえば、被災した小学校にお伺いして食に関わる大切なことをお伝えしていくなどのお手伝いができればと思っています。

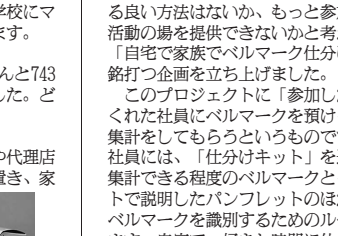
震災で失った校舎忘れない 宮城・門脇小が3月閉校

142年の歴史に感謝 記念誌・DVD製作

東日本大震災で被災した宮城県石巻市の市立門脇（かどのわき）小学校（佐々木隆哉校長、109人）が3月、142年の歴史に幕を下ろしました。近くの石巻小学校との統合が決まったためです。在校生78人のほとんどは、4月から統合先の石巻小に通っています。

門脇小は、震災で児童7人が犠牲になり、津波と火災で校舎を失いました。直後の4月から、門脇中学校の3階を間借りして授業を再開しました。その後、元の場所に仮設の図書室や理科室などの特別教室だけはできましたが、結局、戻ることはかないませんでした。

閉校が決まったのは2014年3月。それから閉校事業実行委員会を立ち上げ、記念誌や記念碑の製作、閉校式などの行事を計画、石巻小との交流を始めました。



わずか1年という限られた時間でしたが、3月22日には閉校式、24日には記念碑除幕式が行われました。記念誌「あしあと～142年に感謝～」とDVDも完成し、支援してくれた団体・個人に贈りました。

門脇小は、14年度にベルマーク財団が行った学校設備費用の支援で、教室用の掛け時計を購入しました。時計は黒板の上に設置されました。その様子を写した写真はベルマーク新聞新年号（1月10日発行）でも紹介しました。黒板には「ありがとう」の文字。女子児童2人が笑顔で時計を指差していました。

佐々木校長によると、この時計も児童たちといっしょに石巻小へ引っ越したそうです。

11校から感謝メッセージ

▽岩手県　重茂中（宮古市）大船渡中（大船渡市）末崎小（同）盛小（同）▽宮城県　渡波小（石巻市）門脇小（同）▽福島県　久之浜第二小（いわき市）　梁川小（伊達市）第一小（須賀川市）楢葉南・北小（楢葉町、いわき市に避難）　＝2015年1月以降

分別学ぶ出前授業終了 キヤノン、新年度も準備

協賛会社のキヤノンマーケティングジャパン（ベルマーク番号19）とキヤノングループによる「分別を学ぶ出前授業」が3月、愛知県蟹江町立新蟹江小学校での開催を最後に2014年度分を終了しました。リサイクルの実験を通して学校での勉強と社会とのつながりが実感できる、と好評の授業です。新年度も継続する予定で、準備を進めています。

2月20日、福島県いわき市立赤井小学校（藤田幸弘校長）でも90分間の出前授業がありました。4年生2クラスの35人が参加しました。限りある地球資源を守るため、ゴミを減らすことと資源を繰り返し使うことの大切さを学びました。「3R」（リデュース、リユース、リサイクル）です。

赤井小での出前授業

実際に分別に挑戦しました。混ざり合った材料（鉄、発泡スチロール、プラスチック、ビーズ）を、磁石や水、ふるい、ロートなどを使って分けてみるのです。

実験のあとは、キヤノンのリサイクル工場をビデオで「見学」し、自分で体験した分別方法が工場でも利用されていることを知りました。「ゴミを減らしたいと思った」「みんなで一緒にリサイクルを頑張りたい」。児童たちの感想です。

◇

キヤノンマーケティングジャパンは2014年、プリンターの消耗品であるトナーカートリッジの回収を始めて25年を迎えました。キヤノングループの環境保護活動をアピールし、教育現場を支援する事業をさらに進めることにしました。「分別を学ぶ出前授業」はその一環です。

「教育応援隊」今年度は5事業

子どもたちに、驚きと感動、体験の場を――ベルマーク財団の「教育応援隊」がことしも全国の学校を訪ねます。今年度は新たに「アート教室」と「科学実験ショー」が加わりました。ベルマーク版「オーサー・ビジット」と「ミズノ・スポーツ教室」、ボランティア活動の「絵本を届ける運動」は継続して実施し、合わせて5事業になります。

アート教室と科学実験ショーは、2014～15年度に財団の友愛援助事業に3万円程度の寄付をしたか、する予定の学校を対象とします。オーサー・ビジットとスポーツ教室はベルマーク預金から3万円（消費税別途2160円）を支払います。絵本を届ける運動は、完成させた絵本の送料以外は財団が負担します。

オーサー・ビジットを除く申込書は財団ホームページ（http://www.belmark.or.jp/）からダウンロードできます。応募締め切りはいずれも6月26日（金）必着ですが、開催校数に達した段階で締め切るものもあります。

応募方法など詳しくは、ベルマーク運動参加校に4月中にお届けする教育応援隊の案内チラシやホームページをご覧ください。

ベルマーク版オーサー・ビジット

子どもたちに人気の本の著者（オーサー）が小・中・高校を訪ねて（ビジット）、とっておきの特別授業をします。朝日新聞社の人気企画のベルマーク版です。

みんなでまず色紙に寄せ書きして学校自慢や来校をアピールし、オーサーが色紙を見て訪問校10校を選びます。

今年度のオーサーは、あさのあつこさん（作家）、尾木直樹さん（教育評論家）、長谷川義史さん（絵本作家）の3人です。1～2時限程度で、全校児童・生徒、学年単位などを対象にしたり、授業も可能です。

詳しくは、5月中旬に掲載予定の朝日新聞特集面、および同時掲載の朝日新聞ホームページ（http://www.asahi.com/shimbun/dokusho/authorvisit/）をご覧ください。

科学実験ショー

音や色、空気など身近にあるものの不思議な現象をとりあげ、科学のおもしろさを体験するサイエンスショーです。講師は、「科学の鉄人」コンテストの入賞常連で、福井県坂井市の中学校教諭の月僧秀弥さんです。

小学校、中学校、高校を対象に、2、3校を募集します。1日1回、数百人まで対応可能です。授業は1～2時限で、学年、規模に応じてプログラムを構成します。

アート教室

色とりどりのビニール袋を使って作る巨大なエアドーム、あるいは「ふしぎな木」など、ふだんの授業ではなかなか体験できない大がかりな作品を、みんなの力を合わせて完成させていきます。

多摩美術大学校友会が協力し、美術大学出身の講師の指導で驚きのアートの世界を楽しみます。

小学校、中学校を対象に、2、3校を募集します。1時限ほどで実施可能です。全校児童・生徒、あるいは学年単位など、規模は自由に設定できます。

絵本を届ける運動

絵本に恵まれないアジアの子どもたちに、日本で出版された絵本に現地語の翻訳シールを貼って贈るボランティア活動です。中学校、高校を対象に20校を募集します。

この運動を進めているのは、シャンティ国際ボランティア会（SVA）です。1999年に始めました。

活動内容は簡単です。1校あたり25セットの絵本と翻訳シールなどがSVAから届きます。説明書に従って絵本をつくり、作業は1時間ほどです。シールを貼り終えた絵本を宅配便などでSVAに送ります（送料のみ学校負担）。10月末までの返送が条件です。

詳しくは、SVAホームページの「絵本を届ける運動」（http://sva.or.jp/ehon）で紹介しています。

ミズノ・スポーツ教室

小学校、中学校を対象に、スポーツ用品メーカーのミズノが専門のコーチを派遣し、実技を中心に基礎から指導します。「走り方教室」と「サッカー教室」を合わせて12校で開催します。

1回2時限程度で、授業内容や派遣するコーチの数、実施回数は、参加する児童・生徒数などに応じて、ミズノの担当者が学校と相談して決めます。9月以降の開催が基本です。

問い合わせは、ミズノのベルマーク担当・渡辺市子さん（フリーダイヤル＝0120・140・336）へ。